Hanzehogeschool Groningen
University of Applied Sciences

Vak: Integrale opdracht 10 credits: 3

Vakcode	CEVB16IOP10
Naam	Integrale opdracht 10
Studiejaar	2022-2023
ECTS credits	3
Taal	Nederlands
Coördinator	J. Hummel

Werkvormen	Projectonderwijs Supervisie
Toetsen	Integrale opdracht 10 - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Opleidingscompetenties:

- KOERS BEPALEN; De CE'er zet de commerciële koers uit. Dit doet hij op basis van zijn visie, de kansen die hij in de markt ziet en het duurzame concurrentievoordeel van de organisatie waarin hij werkzaam is. Omdat hij niet in een vacuüm werkt is de CE'er een bruggenbouwer die zowel kennis als mensen verbindt.

21st-century skills:

- Creativiteit
- Samenwerken
- Initiatief
- Doorzettingsvermogen
- Aanpassingsvermogen
- Communicatief
- Verantwoordelijkheidsbesef
- Commercieel bewustzijn
- Leiderschap
- Nieuwsgierigheid
- Kritisch denken

Leeruitkomsten:

De student kan:

- primair en secundair onder-zoek uitvoeren;
- aan de hand van de verzamelde gegevens van de interne en externe omgeving (zie Marketing I, blok 9) een analyse maken van de huidige situatie van de organisatie;
- voor een onderneming strategisch organisatie- en marketingbeleid formuleren en de gemaakte keuzes onderbouwen, waarbij je gebruik maakt van gegevens en analyses uit een interne en externe analyse (inclusief algemene en eigen wetmatigheden), het strategisch kader en organisatie- en marketingdoelstellingen;
- voor een onderneming de strategische organisatie- en marketingkeuzes uitwerken en onderbouwen op tactisch en operationeel marketingniveau;
- het marketingadvies mondeling presenteren en verdedigen aan de directie of management van een onderneming;
- kritisch reflecteren op eigen gedrag en prestaties.

Inhoud

Niveau:
Verdiepend

Inhoud:
In dit studieonderdeel staat de vertaling van de theorie naar de praktijk van zowel het eerste als het tweede deel van het marketingplanningsproces centraal. In blok 9 en 10 is het studieonderdeel marketing meer op het strategisch niveau behandeld en daarnaast is het speelveld uitgebreid met marketing 3.0 (integratie van MVO in marketing) maar ook internationalisering. We focussen ons daarbij vooral op het maken van analyses en keuzes. In dit blok ligt de nadruk op het maken van keuzes ligt. In dit onderdeel, de IOP, ligt de focus op de vertaling van dit alle marketing gerelateerde onderwerpen van blok 9 en 10 naar een opdrachtgever uit de praktijk. M.a.w. het schrijven van een marketingadvies voor een externe opdrachtgever.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet: Hanze.nl/CE of Hanze.nl/JCA of de blackboard course.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MCM
Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major DIM
Commerciële Economie Voltijd Bachelor Major MSM

School(s)

Instituut voor Business, Marketing en Finance

share your talent. move the world.

De ECTS onderwijscatalogus van de Hanzehogeschool Groningen wordt met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Het is echter mogelijk dat de inhoud van de catalogus -en de daarin vervatte informatie- verouderd, incompleet of onjuist is. Aan de inhoud van de catalogus kunnen dan ook geen rechten worden ontleend.